

Trabajo Fin de Grado

Diseño de identidad corporativa y producto de
equipamiento deportivo o servicio.

Autor/es

Miguel Ruiz Esteras

Memoria

Director/es

Carlos Romero Piqueras

Escuela de Ingeniería y Arquitectura
2013

DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA Y PRODUCTO DE EQUIPAMIENTO DEPORTIVO O SERVICIO

RESUMEN

El TFG va a consistir en la definición de una empresa conceptual e innovadora dentro del mercado del equipamiento deportivo, basándonos en el estudio y análisis de la competencia, y aplicando técnicas de creatividad, para después diseñar o rediseñar uno o varios productos o servicios innovadores para nuestra empresa conceptual.

En una primera fase hemos realizado un estudio de las principales empresas del sector del equipamiento deportivo para un posterior análisis y conclusiones que nos ha permitido definir el modelo de negocio, valores y filosofía de nuestra empresa conceptual Bioway y así diseñar nuestra identidad corporativa con su respectivo manual de imagen incluido en los anexos.

En una segunda fase, nuestra empresa conceptual Bioway se ha centrado en un nicho concreto de mercado y hemos realizado un segundo análisis de productos y/o servicios en dicho nicho de mercado, sacado unas conclusiones, y generado unas especificaciones de diseño.

Con estas especificaciones hemos pasado a la fase creativa de generación de conceptos y desarrollado y prototipado de manera conceptual uno de ellos.

0.- ÍNDICE

1.- DISEÑO DE EMPRESA CONCEPTUAL E IDENTIDAD CORPORATIVA	4
1.1.- Introducción	4
1.2.- Definición de empresa conceptual	4
1.2.1.- Documentación inicial	4
1.2.2.- Análisis de modelos de negocio y conclusiones	4
1.2.3.- Definición de empresa conceptual	5
1.2.4.- Análisis de identidades corporativas y conclusiones	7
1.3.- Fase de creación de identidad corporativa	8
1.3.1.- Naming	8
1.3.2.- Conceptos	9
1.3.3.- Concepto elegido	10
1.4.- Resumen del manual de identidad corporativa Bioway	10
2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE PRODUCTO O SERVICIO DE EQUIPAMIENTO DEPORTIVO	11
2.1.- Introducción	11
2.2.- Conclusiones del análisis de mercado de los parques biosaludables	11
2.2.1.- Análisis	11
2.2.12.- Conclusiones generales	12
2.3.- EDPS	13
2.4.- Conceptos	16
2.4.1.- Web + App Bioway Personal Trainer	16
2.4.2.- Zona de estiramiento Bioway	16
2.4.3.- Gimnasio al aire libre	17
2.4.4.- Gimnasio acuático	18
2.4.5.- Tabla de valoración	19
2.5.- Redefinición de concepto	19
3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL PRODUCTO-SISTEMA-SERVICIO BIOWAY	20
3.1.- Introducción	20
3.2.- Análisis previos	20
3.3.- Fase creativa	21
3.3.1.- Brainstorming	21

0.- ÍNDICE

3.3.2.- Storyboard	21
3.3.3.- Anuncio	21
3.4.- Definición del servicio	22
3.4.1.- Síntesis: definición del servicio global	22
3.4.2.- Puntos de interacción del servicio	23
3.4.3.- Logística del servicio	23
3.4.4.- Prototipado conceptual del servicio	24
3.5.- Web Bioway	25
3.5.1.- Introducción	25
3.5.2.- Esquema visual general	25
3.5.3.- Pantallas interactivas	25
3.5.4.- Pruebas de usuario	26
3.5.5.- Diseño visual	27
3.6.- Zona de estiramiento Bioway	29
3.6.1.- Introducción	29
3.6.2.- Evolución	29
3.6.3.- Renders finales	33
3.6.4.- Plano de conjunto	33
4.- CONCLUSIONES FINALES DEL PROYECTO	34

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1.1.- Introducción

El objetivo de esta fase de diseño conceptual de identidad corporativa es, tras un estudio y análisis previo de la competencia en el sector, crear un modelo de negocio conceptual, unos valores, filosofía e imagen para una empresa que pueda entrar a competir en el mercado del equipamiento deportivo.

Uno de los puntos claves en los que nos basaremos será conseguir una diferenciación con respecto a la competencia y una propuesta de valor atractiva para el cliente.

1.2.- Definición de la empresa conceptual

1.2.1.- Documentación inicial

El equipamiento deportivo es un sector bastante amplio y con una gran cantidad de empresas en todo el mundo, por ese motivo, en un primer momento hemos recogido información de unas cuantas empresas ⁽¹⁾ a nivel nacional e internacional con el fin de tener una visión genérica del mercado.



(1) Algunas de las empresas de equipamiento deportivo estudiadas.

1.2.2.- Análisis de los modelos de negocio y conclusiones

Tras la fase de documentación inicial, hemos pasado a analizar el modelo de negocio de dichas empresas, valorando de una forma objetiva los segmentos de mercado al que van dirigidas, sus propuestas de valor, canales de distribución, relación con los clientes, fuentes de ingreso, recursos clave y actividades clave, como podemos ver en la ilustración ⁽²⁾.

	EMPRESA 1	EMPRESA 2	EMPRESA 3
SEGMENTOS DEL MERCADO			
PROPUESTAS DE VALOR			
CANALES			
RELACIONES CON CLIENTES			
FUENTES DE INGRESO			
RECURSOS CLAVE			
ACTIVIDADES CLAVE			

(2) Tabla de análisis de las cualidades o partes de cada modelo de negocio.

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conclusiones del análisis de los modelos de negocio:

Segmentos de mercado:

El equipamiento deportivo es un sector muy amplio y se producen diversas tipologías de producto, por lo que no hay un segmento de mercado concreto al que se dirijan todas sino que hay variedad.

Propuestas de valor:

En este apartado, como hemos comentado en el anterior, también hay bastante variedad debido a la amplitud del sector. Vemos que no se le da suficiente importancia a temas como un diseño innovador, el asesoramiento personalizado o el medio ambiente.

Canales:

Predomina la combinación de canales propios, venta directa (venta por internet, online), con canales de socios o venta indirecta (venta al por mayor).

Relación con los clientes:

El apartado del trato al cliente es fundamental para las empresas, ya que sin clientes no hay negocio, por lo tanto las empresas lo tienen muy en cuenta. Por lo general se utiliza una estrategia de fidelización del cliente con la empresa, ofreciéndole desde una asistencia personal (teléfono y correo electrónico), un auto-servicio web, hasta incluso trato personal exclusivo para ciertas empresa.

Fuentes de ingreso:

Las empresas que hemos analizado en este estudio de mercado producen todas productos físicos, por lo tanto las fuentes de ingresos es la venta de activos.

Recursos clave:

La mayor parte de las empresas (excepto las que no son productoras, solo vendedoras) tienen recursos físicos (planta de producción), humanos (empleados), intelectuales (bases de datos de clientes y patentes) y económicos.

1.2.3.- Definición de nuestra empresa conceptual.

Valores y filosofía:

La gente cada vez esta más concienciada con la vida sana, el deporte al aire libre, hacer una dieta equilibrada, tener una buena estética y el respeto al medio ambiente.

Esto, sumado a las conclusiones que hemos sacado del análisis de lo modelos de negocio del mercado del equipamiento deportivo, nos ha servido para definir nuestra empresa o modelo de negocio conceptual:

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Empresa productora de productos o servicios equipamiento deportivo biosaludables que esta cimentada sobre tres valores que marcan su filosofía: deporte, salud y medio ambiente (3).

Apuesta por el deporte al aire libre como seña de identidad, su filosofía; ya que esta disciplina aúna los 3 valores de la empresa: practicando deporte al aire libre estas en contacto con el medio ambiente, y esto te ayuda a tener un bienestar físico y mental.

Al margen de su filosofía, y para crear una diferenciación, la innovación y el trato personalizado serán dos puntos fuertes de nuestra empresa, sin descuidar la calidad de nuestro productos.



(3) Los tres pilares de la filosofía Bioway.

Modelo de negocio:

Segmentos del mercado:

Administración pública o empresas. El deporte al aire libre, la salud o el respeto por el medio ambiente son temas que dan buena imagen a administración y empresas. Tenemos que aprovechar esa oportunidad.

Propuestas de valor:

Nuestra empresa va a apostar por la innovación, la calidad y el servicio personalizado de unos productos o servicios deportivos, saludables y respetuosos con el medio ambiente.

Canales:

Combinación de canales propios, venta directa en nuestra pagina web o telefónica; con canales de socios de venta indirecta (tiendas de socios).

Relaciones con clientes:

Estrategia de fidelización del cliente con la empresa, ofreciéndole un servicio lo más personalizado posible además de innovar en todos los aspectos de la empresa.

Fuentes de ingreso:

Dependerán de lo que produzcamos (productos o servicios).

Recursos clave:

Como la mayoría de las empresas, nuestra empresa dispondrá de recursos físicos (planta de producción), humanos (empleados), intelectuales (bases de datos de clientes y patentes) y económicos.

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1.2.4.- Análisis de los identidades corporativas y conclusiones

A continuación, hemos analizado las identidades corporativas de las empresas seleccionadas de equipamiento deportivo, con el fin de sacar unas conclusiones gráficas y formales que nos ayuden en la fase de generación de conceptos tanto del nombre como del logotipo.

Para ello hemos definido con palabras la identidad de cada empresa y hemos analizado si con cada una de las partes de la imagen corporativa nos expresa estos valores que quiere representar. Este proceso de análisis lo hemos realizado con la tabla que vemos a continuación (4).

IDENTIDAD	NOMBRE	SÍMBOLO	TIPOGRAFÍA	COLORES	LEMA O ESLOGAN	COMPOSICIÓN	EMPRESA X
Palabra 1		Círculo				x	
Palabra 2	x			Naranja	x		
Palabra 3							

(4) Tabla de análisis de identidades corporativas.

Conclusiones del análisis de las identidades corporativas:

Nombre:

No siguen una pauta común a la hora de elegir el nombre de la empresa.

Símbolo:

Predominan los círculos y formas redondeadas así como los símbolos que hacen alusión a motivos deportivos.

Tipografía:

Predominan las tipografías de caja alta frente a las de caja baja, así como también predominan las de esquinas no redondeadas y formas más rectas frente a las tipografías más "amables".

Colores:

Predominan los colores azules y grises expresando la idea de productos de calidad y tecnología.

Lema o eslogan:

No es algo que predomine salvo que con el nombre y el símbolo no se da toda la información necesaria acerca de la empresa.

Composición:

Suelen estar compuestas con el símbolo arriba o a la izquierda del nombre y sobre fondo blanco en la gran mayoría de los casos. Suelen ser composiciones simples.

Las empresas de productos textiles o productos de venta directa al consumidor tienen una imagen corporativa más cuidada y actualizada que las de equipamiento deportivo de venta indirecta, cuyas imágenes corporativas son más simples, poco trabajadas y no terminan de expresar todos los valores de la empresa; estética simple y poco innovadora o poco actualizada.

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1.3.- Creación de identidad corporativa

1.3.1.- Naming

El primer paso para la creación de una identidad corporativa es el nombre, y para ello hemos utilizado una metodología creativa de naming. Esta metodología consiste en definir en primer lugar una serie de conceptos o términos relacionados con nuestra empresa conceptual y una serie de cualidades (carácter, tono y estilo) que creemos que debe tener el nombre (5).

A partir de ahí realizar una fase creativa de tormenta de ideas ordenada, pasando por diferentes grupos o tipos de nombres (antropónimos, metáforas, onomatopeyas, neologismos, etc.).

Tras realizar un proceso de selección, basándonos en la sonoridad, la afinidad con los valores de la empresa, el grado en el que el usuario será capaz de recordar el nombre, y mirando en el registro de marcas; hemos seleccionado los 6 más potentes y hemos realizado una encuesta a usuarios donde los resultados fueron los siguientes (6).

Tras la encuesta a usuarios y el análisis de los diferentes aspectos del nombre mencionados anteriormente, el nombre elegido para nuestra empresa conceptual es Bioway.

SALUD
DEPORTE
MEDIO AMBIENTE
ECOLOGÍA
NATURALEZA
AIRE LIBRE
CALIDAD
NUEVO
INNOVADOR
VIDA SANA
CUERPO SANO
EJERCICIO FÍSICO
OXIGENO
AIRE LIMPIO
COLOR VERDE
BUENA LINEA
EQUILIBRIO (SIMETRÍA, BALANZA)
BUEN HUMOR
BIENESTAR

AMABLE
AGRADABLE
SIMPÁTICO
ATRACTIVO

(5) Tabla de análisis de identidades corporativas.

	%	★
BOAC	13,0	11,8
YOUB	13,5	0,0
FUF	11,4	0,0
BIOWAY	22,8	52,9
LATE	17,6	11,8
ECOS	21,8	23,5

(6) Tabla de análisis de identidades corporativas.

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1.3.2.- Conceptos

Concepto 1: Equilibrio

Concepto inspirado en la clásica imagen de varias piedras una sobre otra en equilibrio, imagen que aporta sensación de naturaleza, tranquilidad y equilibrio. El equilibrio es un concepto presente en multitud de deportes, así como el medio ambiente y el cuerpo humano están buscando el equilibrio constantemente. (7)



(7) Concepto 1. Equilibrio.

Concepto 2: Movimiento

Concepto que crea una sensación de movimiento como una forma de hacer alusión al deporte, un imagotipo deportivo dinámico. Las dos aspas además de crear la sensación de movimiento, también esta implícito en concepto de ciclo, ya que tanto la naturaleza, como la salud y el deporte son ciclos. (8)



(8) Concepto 2. Movimiento.

Concepto 3: Superación

Concepto inspirado en la superación, que mediante una forma dinámica y ascendente trata de crear la sensación de superación y crecimiento; dos conceptos muy ligados al deporte sobretodo, pero también a la salud y a la naturaleza. (9)



(9) Concepto 3. Superación.

Encuesta: (10)

	bioway	BIOWAY SPORT	BIO WAY SPORT
%	24,5	48,0	27,5
★	10,0	90,0	0,0

(10) Resultados de las encuestas a usuarios.

Tabla de valoración: (11)

	bioway	BIOWAY SPORT	BIO WAY SPORT
INNOVACION	4	3	3
USO	3	4	4
AFINIDAD	4	5	4
DEPORTE	4	5	4
SALUD	4	4	3
ECOLOGIA	4	5	4
TOTAL	23	26	22

(11) Tabla de valoración.

1.- DISEÑO CONCEPTUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

1.3.3.- Concepto elegido (12)



(12) Concepto elegido.

1.4.- Resumen de manual de imagen corporativa

Símbolo: (13)



(13) Símbolo.

Construcción: (15)



(15) Construcción.

Version a una tinta: (17)



(17) Versiones a una tinta.

Tarjeta de visita: (14)



(14) Tarjeta de visita.

Camiseta: (16)



(16) Camisetas.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

2.1.- Introducción

Una vez definida nuestra empresa Bioway a nivel conceptual; valores de la empresa e imagen corporativa, nos hemos centrado en un sector más concreto dentro del equipamiento deportivo como son los parques biosaludables.

¿Por que parques biosaludables?

Los parques biosaludables ⁽¹⁸⁾ se ajustan a la perfección a los valores y filosofía de Bioway, ya que nos permiten practicar actividades deportivas, que no practicaríamos al aire libre, en un entorno natural y saludable. Además nos ayudan a mantener nuestro bienestar y estamos en contacto continuo con la naturaleza y el medio ambiente.

Todo esto unido a que tenemos la imagen poco atractiva que tenemos de estas instalaciones, incluso hay quien los denomina parques geriátricos, nos hace creer que es una buena oportunidad para Bioway desarrollar uno o varios productos o servicios relacionados con parques biosaludables.



(18) Parque biosaludable

2.2.- Análisis de mercado de los parques biosaludables

2.2.1.- Análisis

Hemos realizado los siguientes análisis:

- Análisis de usuario
- Análisis de entorno
- Análisis de producto
- Análisis de materiales y procesos
- Análisis de prestaciones técnicas
- Análisis estructural
- Análisis ecológico
- Análisis formal
- Análisis funcional
- Análisis de uso
- Análisis ergonómico

De cada uno de estos análisis hemos sacado unas conclusiones específicas que hemos reunido en el siguiente apartado de conclusiones generales.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

2.2.2.- Conclusiones generales

El parque biosaludable ha de ser un lugar donde poder realizar ejercicio físico de diferentes formas e intensidades según le interese a cada usuario, a la vez que dar la oportunidad de fermentar y mantener relaciones sociales entre los usuarios.

Se debe romper el tópico de parques geriátricos destinados a la tercera edad. Debe de ser un circuito que se adapte a todo tipo de usuarios, donde cada tipo realizara diferentes tipos de entrenamiento, sin ningún tipo de limitación.

Los parques biosaludables son una iniciativa relativamente nueva, por lo que aun encontramos problemas como:

- Falta de regulación del peso.
- Mala señalización o advertencia de una posible peligrosidad para niños y ancianos.
- Pese a haber más de 50 máquinas distintas en el mercado, en los parques se suelen colocar 10 o 20, por lo que en muchos casos pueden resultar insuficientes (sobre todo para la gente joven) y mal distribuidos. Encontramos máquinas de estiramientos, pero son muy específicos, por lo que no se suelen colocar. Sería interesante unificar ejercicios en máquinas más polivalentes.

- Se puede mejorar la resistencia a la intemperie y el vandalismo o realizar revisiones más periódicas.

- No hay personal cualificado, como puede haber en un gimnasio, que te indique como debes entrenar, ejercicios, repeticiones, descansos, etc.; y esto puede causar malos usos y lesiones.

- Encontramos máquinas o aparatos de dudosa comodidad.

Los productos se deben adaptar al entorno: formas suaves, colores y fijación.

Importancia del calentamiento inicial y de los estiramientos para evitar lesiones. Debemos fomentarlos.

Diseño ergonómico: importancia de realizar los movimientos y la fuerza correcta para evitar lesiones, dimensionamiento y comodidad de asientos y apoyos.

Para terminar, resultaría interesante diseñar desde el punto de vista del ecodiseño, ya que es una de las señas de identidad de Bioway (ciclo de vida, materiales reciclables o reciclados, embalaje, etc.).

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

2.3.- EDPS

Usuario:

Críticas
Cualquier usuario pueda realizar ejercicio físico, del más o menos intenso y más o menos específico. Se debe adaptar a todos.
Permitir crear relaciones sociales entre los usuarios.
Señalización o advertencia de una posible peligrosidad para niños y ancianos

Deseables
Romper con el tópico de parque geriátrico destinado principalmente a la tercera edad.
Posibilidad de regulación de peso.
Unificar ejercicios en maquinas más polivalentes.
Mejorar la resistencia a la intemperie, corrosión y el vandalismo.
Solucionar la falta de personal cualificado para mejorar los entrenamientos y evitar lesiones.
Mejoras de comodidad.
Permitir crear relaciones sociales entre los usuarios.
Señalización o advertencia de una posible peligrosidad para niños y ancianos

Entorno:

Críticas
Los productos se deben adaptar al entorno.
Soluciones antivandálicas y con resistencia a la intemperie y la corrosión.
Fijación a cualquier terreno (césped, cemento o tierra).

Deseables
Posibilidad de búsqueda de algún nuevo entorno innovador.
Formas suaves, que no desentonen en un entorno natural.
Colores que no desentonen con la naturaleza (marrón o verde), colores corporativos o una mezcla de ambos.

Producto:

Críticas
Distribución coherente y planificada.

Deseables
Reducir el número de máquinas y unificarlas en máquinas más completas.
Solucionar la falta de personal cualificado para mejorar los entrenamientos y evitar lesiones.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

Estructura:

Críticas
Estructura general (partes generales) básicas: base, estructura principal y secundaria, mecanismos, zona de agarre y zona de asiento o apoyo.

Deseables
Patrón común.
Elementos modulares.

Formal:

Críticas
Formas suaves, que no desentonen en un entorno natural.
Colores que no desentonen con la naturaleza (marrón o verde), colores corporativos o una mezcla de ambos.

Deseables
Aparatos o máquinas modulares para varios usuarios a la vez, fomentando así las relaciones sociales entre los usuarios.

Funcional:

Críticas
Practica gratuita de una actividad física al aire libre.

Deseables
Adaptación al entorno
Diseño ergonómico
Interacción social de los usuarios
Trabajo coordinación y destreza óculo-manual
Trabajar la fuerza muscular
Mejora de las funciones cognitiva, sensorial y motriz del cerebro, la función respiratoria, cardiovascular, digestiva, etc.
Mantener o aumentar la movilidad articular.

Uso:

Críticas
Adaptado a las necesidades de cada tipo de usuario.
Diseño ergonómico para realizar los movimientos y la fuerza correcta y así evitar lesiones, dimensionamiento y comodidad de asientos y apoyos.

Deseables
Posibilidad de regulación de peso.
Unificar ejercicios en máquinas más polivalentes.
Solucionar la falta de personal cualificado para mejorar los entrenamientos y evitar lesiones.
Mejoras de comodidad.
Fomentar la práctica de estiramientos y calentamiento.
Aparatos o máquinas modulares para varios usuarios a la vez, fomentando así las relaciones sociales entre los usuarios.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

Ergonomía:

Críticas

Dimensionamiento: diseño para todos.
Agarre, asientos y apoyos cómodos y ergonómicos.
Diseño pensando en realizar los movimientos y la fuerza correcta para evitar lesiones.

Deseables

Aislar al usuario del exceso de frío o calor.

Ecología:

Críticas

Diseñar desde el punto de vista del ecodiseño (ciclo de vida, consumo de energía, materiales reciclables o reciclados, producción respetuosa con el medio ambiente, embalaje, etc.).

Deseables

Mantenimiento:

Críticas

Deseables
Mejorar la resistencia a la intemperie y el vandalismo.
Realizar revisiones periódicas con más frecuencia.

Producción:

Críticas

Ecodiseño.
Materiales resistentes a la intemperie, corrosión y actos vandálicos.
Procesos de fabricación respetuosos con el medio ambiente y lo mas simplificados posible.

Deseables

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

2.4.- Conceptos

2.4.1.- Web + App Bioway Personal Trainer

Problema

Falta de personal cualificado en los parques biosaludables ⁽¹⁹⁾.

Solución

Entrenador personal virtual: Bioway Personal Trainer.

Perfil de usuario, progresión, asesoramiento y localización de instalaciones.

Comunidad Bioway: Red social.

Web + App + Códigos QR ⁽²⁰⁾.



⁽²⁰⁾ Códigos QR. App para smartphones y tablets.



⁽¹⁹⁾ Personal cualificado, entrenadores personales.

1) REGISTRO: CREAR PERFIL DE USUARIO

2) GENERACIÓN DE TABLA DE ENTRENAMIENTO

3) GENERACIÓN DE DIETA

4) CREACIÓN DE UNA BIOGRAFÍA

5) COMUNIDAD VIRTUAL

2.4.2.- Centro de estiramiento Bioway

Problema

No encontramos instalaciones para un estiramiento completo.

Importancia de los estiramientos, antes, durante y después del entreno para prevenir lesiones y cuidar los músculos.

Solución 1

Centro de estiramientos Bioway. Máquina o zona multifunción que engloba y unifica en una sola máquina todos o los mas importantes estiramientos ⁽²¹⁾.

Dicha solución incita al usuario a crear una rutina de estiramientos.



⁽²¹⁾ Zona de estiramiento multifunción.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

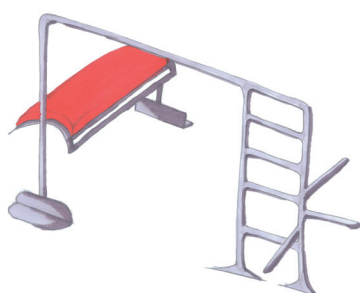
Solución 2

Accesorio adaptable a cada máquina del parque biosaludable para realizar el estiramiento del músculo a trabajar en dicha máquina (22).

Cada estiramiento requiere un accesorio diferente y adaptable a cualquier parque biosaludable del mercado.



(22) Accesorio adaptable para estiramiento.



(21) Zona de estiramiento multifunción.

PERMITE ESTIRAR LOS PRINCIPALES MÚSCULOS DEL CUERPO

RUTINA DE ESTIRAMIENTO

ROTULOS EXPLICATIVOS

CÓDIGOS QR - WEB

2.4.3.- Gimnasio al aire libre

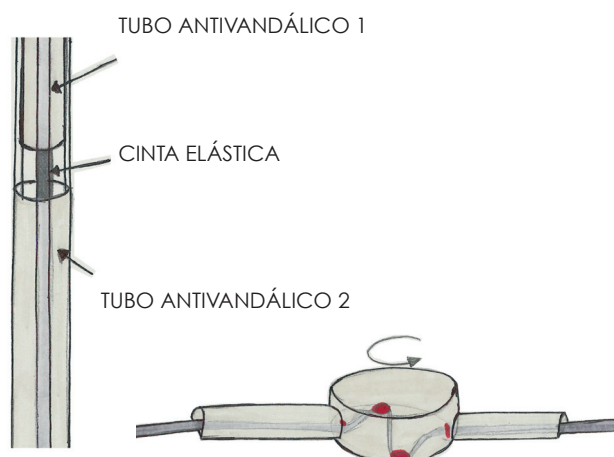
Problema

Regulación de peso.

Limitación del parque para ciertos usuarios. Parque geriátrico.

Solución 1

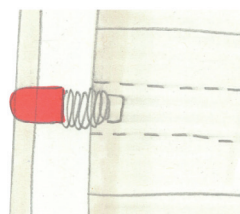
Sistema de regulación de peso mediante sistema antivandálico de gomas elásticas similar al sistema TRX (23).



(23) Sistema regulador de peso mediante gomas elásticas.

Solución 2

Sistema de botones (24).



(24) Sistema regulador de peso mediante botones.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

PERFECTO PARA TODOS LOS USUARIOS

RUPTURA CON LOS "PARQUES GERIÁTRICOS"

INSPIRACIÓN Y ESTÉTICA CALIFORNIANA

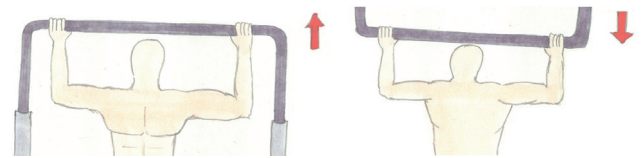
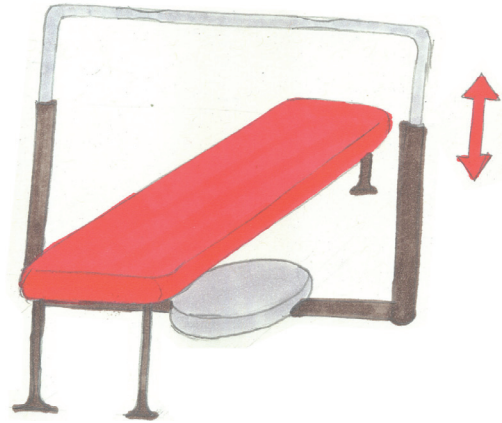
ZONAS CON BUEN CLIMA - ESPAÑA

MAQUINAS PESO REGULABLE ANTIVANDÁLICAS

RESISTENTES A CORROSIÓN, VANDALISMO E INTemperie

ROTULOS EXPLICATIVOS

CÓDIGOS QR - WEB



(23) Sistema regulador de peso mediante gomas elásticas.

(23) Sistema regulador de peso mediante gomas elásticas.

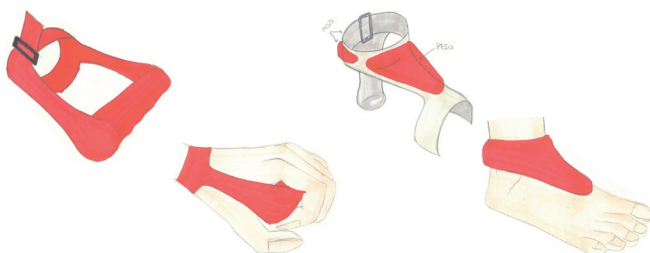
2.4.4.- Gimnasio acuático

Problema

Aquagym es un tipo de entrenamiento destinado a personas mayores, y se realizan ejercicios sin peso, con la única oposición del agua, realizando saltos y movimientos. No existe un entrenamiento acuático más exigente.

Solución 1

Accesorio aquagym para manos y pies. Accesorios con peso que se adapte a muñecas y tobillos para conseguir una mayor resistencia en los ejercicios del entrenamiento de aquagym (25).

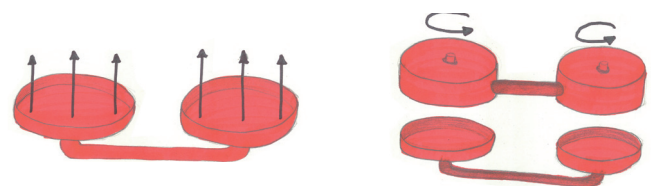


(25) Accesorio de aquagym para manos y pies.

Solución 2

Accesorio o "pesas" que se pueden utilizar tanto dentro como fuera del agua.

Posibilidad de regulabilidad en peso o simplemente diferentes pesos y tamaños (26).



(26) Pesas acuáticas.

2.- DISEÑO CONCEPTUAL DE P/S BIOSALUDABLE

2.4.5.- Tabla de valoración: (27)

				
INNOVACION	5	4	5	4
FUNCIONALIDAD	5	5	4	3
USO	4	4	4	2
VIABILIDAD DE DESARROLLO	4	4	4	4
SEGURIDAD	4	5	4	4
	22	22	21	17

(27) Tabla de valoración.

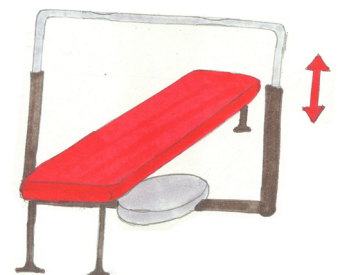
2.5.- Redefinición de concepto

Tras realizar la valoración de los conceptos, vemos que el potencial del concepto 1 y 2 están igualados, y el del concepto 3 muy cerca. Por lo tanto, el concepto final será una fusión de los conceptos 1, 2 y 3 (28).

El concepto final es un servicio deportivo global, con una parte física y una parte virtual con las que interactuara el usuario.

El servicio Bioway Personal Trainner será la parte virtual, un entrenador personal online que asesorara y supervisara la progresión del usuario online.

Por otro lado tenemos la instalación física, el parque biosaludable Bioway, que contara con una zona de fitness con peso regulable (concepto 3) y una zona de estiramiento (concepto 2), entre otras posibles zonas.



(28) Concepto final redefinido.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.1.- Introducción

Tras la fase conceptual, hemos realizado una redefinición del concepto elegido uniendo los conceptos 1 y 2. Durante esta fase de desarrollo conceptual vamos a evolucionar este concepto de "servicio

global Bioway" hasta definirlo conceptualmente de forma exacta, para después pasar a desarrollar o prototipar alguna o algunas de las partes de este servicio global.

3.2.- Análisis previos

El primer paso es realizar un análisis mas en profundidad acerca de nuestro servicio Bioway y todo lo que le rodea. Para ello, hemos ido analizando las fases de conocimiento del servicio, comienzo del uso y fidelización con el servicio siguiendo los siguientes pasos:

1.- Identificación del problema:

- ¿Por qué ir al gimnasio?
- ¿Por qué la gente no iría al gimnasio?
- ¿Que hace que la gente vaya al gimnasio?

2.- Definición del usuario principal

3.- Análisis de las necesidades del usuario principal y de otros posibles usuarios.

4.- Conclusiones del análisis de la competencia.

5.- Escenario y tendencias:

Nos hemos situado en una tendencia y un escenario concreto potencialmente fuertes para nuestra empresa y hemos realizado un análisis de las distintas fases del servicio.

Escenario: "Vuelta a la tierra": Este escenario aboga por llevar una vida más tranquila, trabajar menos, vivir en pequeñas poblaciones, hacer caso a nuestros mayores y estar en contacto con la naturaleza y el medio ambiente, una pequeña vuelta a nuestros orígenes.

Tendencias: "Vida lenta" y "propiedad compartida"

Tras estos análisis, hemos realizado una definición de oportunidad.

Definición de oportunidad ⁽²⁹⁾

DEFINICION DE OPORTUNIDAD

Habiendo estudiado centros y webs deportivas en el mercado, vemos que ofrecen servicios en entornos cerrados y que suponen un desplazamiento y un coste elevado, y respondiendo a la tendencia "slow living" de vivir de manera mas consecuente con nuestra salud y nuestro entorno. La empresa Bioway tiene el objetivo de fomentar el ocio saludable y el deporte al aire libre actuando de guía para todo el mundo que quiera sentirse sano y activo social y físicamente.

MODELO FINANCIERO

Ayudas y financiación de la instalación por parte de los ayuntamientos.

Posibilidad de colocar publicidad en la web.

Servicio PREMIUM: Un mes gratis al registrarte como un usuario nuevo con el fin de fidelizarte con el servicio, luego vuelta al paquete básico o suscripción Premium.

⁽²⁹⁾ Definición de oportunidad.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.3.- Fase creativa

3.3.1.- Brainstorming

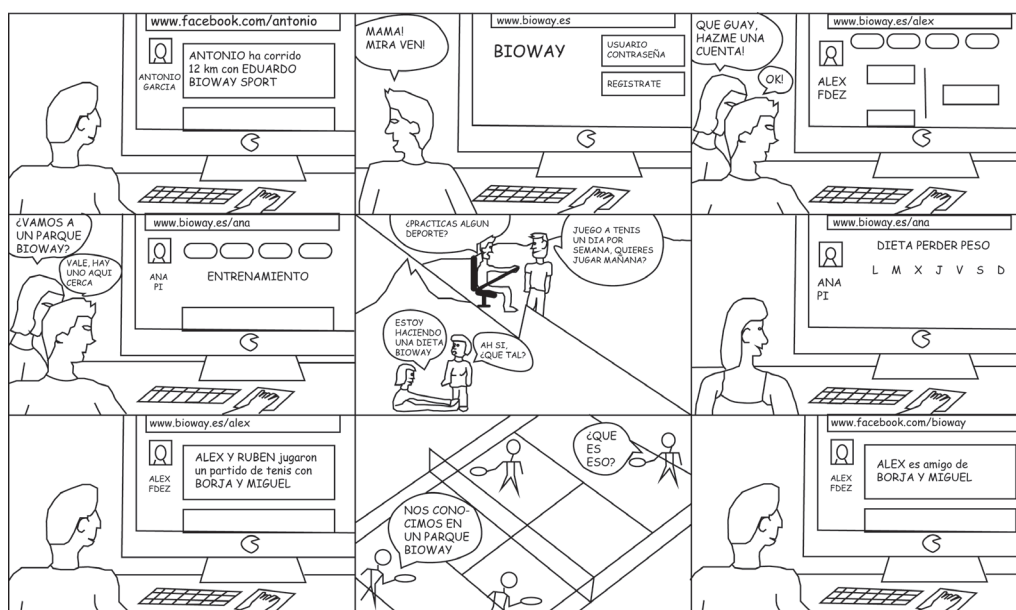
Una vez definida la oportunidad, hemos realizado una fase creativa mediante una tormenta de ideas en cada una de las fases de nuestro servicio Bioway.

Esto nos ha servido para matizar más adelante la definición o síntesis de nuestro servicio.

3.3.2.- Storyboard

El storyboard es una manera de visualizar nuestro servicio de forma creativa. Consiste en definir gráficamente nuestro

servicio en 9 viñetas de la manera más completa posible, desde la toma de contacto con el servicio, el uso y la fidelización (30).



(30) Storyboard.

3.3.3.- Anuncio (31)

El anuncio es una manera de sintetizar lo esencial del servicio. Consiste en explicar mediante imágenes y texto nuestro servicio de la forma más completa posible.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY



(31) Anuncio.

3.4.- Definición del servicio

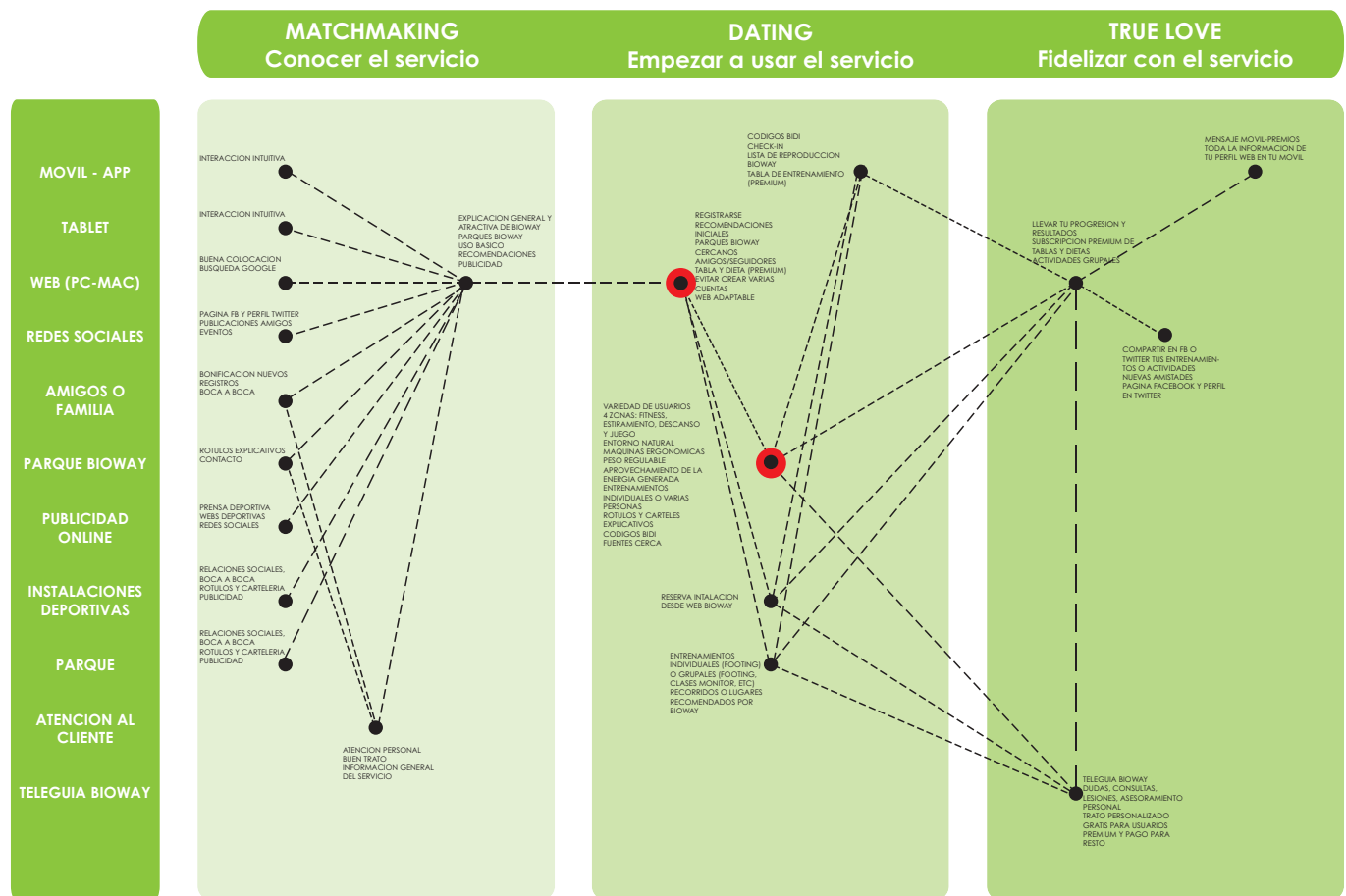
3.4.1.- Síntesis: Definición de servicio global (32)

Bioway es un servicio Premium de guía de ocio saludable y deporte para todo el mundo que quiera sentirse sano que ofrece una manera de ocupar nuestro tiempo libre con actividades deportivas y de ocio saludable, con la ayuda de los mejores profesionales del deporte, nutricionistas, unas instalaciones deportivas al aire libre, una plataforma social online y una atención y guía telefónica, contando con la colaboración de ayuntamientos y empresas del ámbito deportivo, que asegura una mejora en salud del 40% y un aumento de tus relaciones sociales en un 50%.

(32) Síntesis del servicio Bioway.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.4.2.- Puntos de interacción del servicio (33)



(33) Puntos de interacción del servicio.

3.4.3.- Logística de servicio: Que hay detrás de cada punto de interacción

Esto nos sirve para analizar y visualizar los recursos que vamos a necesitar para poner en marcha el servicio.

Ejemplo de análisis de logística de una situación en concreto (34).

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

MATCHMAKING Conocer el servicio	DATING Empezar a usar el servicio	TRUE LOVE Fidelizar con el servicio
1.- Ver mención en facebook. 2.- Ir a la página oficial de facebook. 3.- Ir a la web (www.bioway.es).	1.- Web Bioway. 2.- Parque Bioway. 3.- App movil Bioway.	1.- Web Bioway. 2.- Facebook. 3.- Movil.
1.- Un amigo tuyo compartio un entrenamiento o actividad en facebook. 2.- No conoces Bioway, te gusta, vas a su pagina de facebook y ves que lo estan empezando a usar varios amigos tuyos. 3.- Vas a la web: Explicación del concepto Bioway y el servicio que ofrece de una manera atractiva.	1.- Registro: entrada de datos e intereses --> Recomendaciones generales --> Búsqueda de amigos o seguidores (correo, facebook y twitter) --> Búsqueda parque Bioway más cercano. 2.- Rótulos y carteles explicativos, preguntas, relaciones sociales. Uso de las instalaciones (importante que sean cómodas y ergonómicas). Estiramientos (antes, durante y después). Relaciones sociales. 3.- Consultar tu perfil online. Codigos bidi --> Videos explicativos Youtube. Hacer check-in en el parque. Actualizar y compartir.	1.- Introducir tus resultados despues del entrenamiento o actividad. 2.- Publicar estos resultados en Facebook. 3.- Si eres un usuario Premium, Bioway te puede mandar mensajes recordatorios, motivantes o con información de algun premio o regalo.
1.- Identidad visual. 2.- Página oficial Facebook. 3.- Página web adaptable para tablet y smartphone.	1.- Identidad visual, web adaptable. 2.- Instalaciones cómodas y ergonómicas a la vez que antivandálicas y resistentes. Rótulos y carteleria explicativa. Diferentes zonas, distribución. 3.- Identidad visual.	1.- Identidad visual, web adaptable. 2.- Enlaces con facebook y página oficial. 3.- Identidad visual y servicio de mensajería.
1.- Empresa de diseño gráfico. 3.- Empresa de diseño y programación web.	1.- Empresa de diseño y programación web. 2.- Empresa de diseño y fabricación de equipamiento y mobiliario deportivo. 3.- Empresa de diseño y programación web.	1.- Empresa de diseño y programación web. 3.- Empresa de mensajería instantánea y mensajería física.

(34) Cuadro de la logística del servicio, que hay detrás de cada interacción, recursos necesarios.

3.4.4.- Prototipado conceptual del servicio

¿Que parte o punto de interacción vamos a prototipar?

Tras el análisis de los puntos de interacción, podemos observar que los puntos clave en la interacción son la web y el parque biosaludable. Estos dos puntos son los puntos en los cuales más usuarios interactúan, por lo que es importantísimo que estén diseñados y definidos a la perfección para que la interacción con el usuario sea lo mejor posible. Son los puntos críticos que marcaran el éxito o el fracaso de nuestro servicio.

Dicho esto, vamos a realizar un prototipo formal y funcional de la web (www.bioway.es), con un esquema gráfico de todas sus pantallas, una serie de interacciones, unas pruebas de usuario y un diseño visual de la web.

Por otro lado, y dentro del parque biosaludable y sus 4 zonas, nos vamos a centrar en el prototipo de la zona de estiramientos, ya que es la zona más innovadora y se ajusta a la carga de trabajo del proyecto.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.5.- Web Bioway

3.5.1.- Introducción

La web Bioway aporta al usuario el rol de entrenador personal virtual. Con esta pagina web, al tener su propia app para smartphones y tablets, lo que conseguimos es estar siempre disponible y presente para el usuario, en cualquier momento y lugar, para guiar y asesorar al usuario acerca de su entrenamiento o actividades.

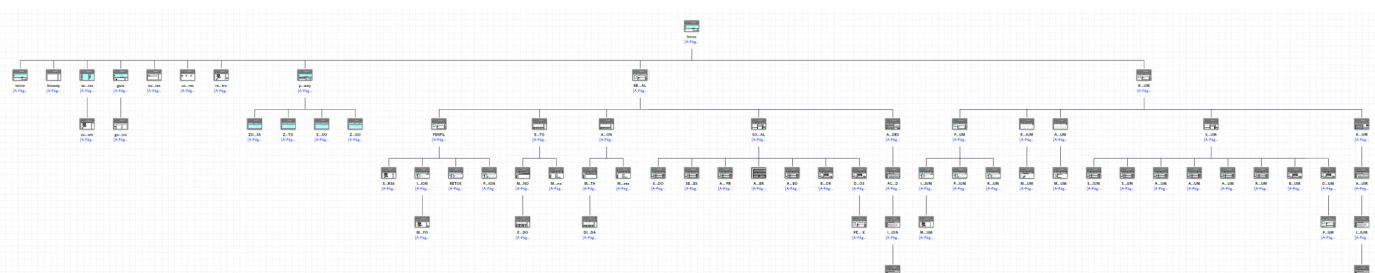
Además de todo esto, Bioway es una herramienta social para el usuario, un lugar donde puede conocer o compartir experiencias y actividades deportivas con otros usuarios con intereses similares.

Hemos realizado un prototipo formal (diseño visual de las pantallas más representativas) y funcional (web programada a bajo nivel, sin diseño visual, que permite una interacción básica para realizar las pruebas de usuario) explicativo. Dicho prototipo consta de las siguientes partes:

- 1.- Esquema visual general.
- 2.- Pantallas interactivas (web programada a bajo nivel).
- 3.- Pruebas de usuario
- 4.- Diseño visual de las pantallas mas importantes y/o interesantes.

3.5.2.- Esquema visual general

Visualización jerárquica de las pantallas de la pagina web, hasta 5 niveles (35).

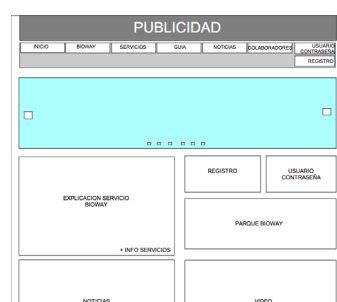


(35) Esquema visual general.

3.5.3.- Pantallas interactivas

Primer nivel

La pantalla inicial (36) será la pantalla de inicio, una pantalla que transmita la filosofía Bioway y que permita acceder a las principales y mas importantes funciones de la web.



(36) Pantalla inicial esquematizada.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

Segundo nivel

En un segundo nivel estarían las pantallas de las funciones principales (37), como son:

- Bioway
- Servicios
- Guía
- Noticias
- Colaboradores
- Registro
- Parque Bioway
- Usuario

Tercer nivel

En un tercer nivel estarán las pantallas fruto de una primera interacción del usuario con las funcionalidades principales: unas primeras recomendaciones básicas, una noticia concreta, tu perfil, tu entrenamiento, tu tabla de alimentación, zona social o de actividades, etc.

Cuarto nivel

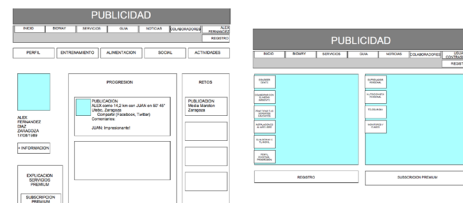
En el cuarto nivel encontramos pantallas fruto de una interacción más profunda con las funcionalidades, pantallas más concretas como pueden ser: información de otros usuarios, búsqueda de amigos, actividad concreta, etc.

Quinto nivel

En este quinto nivel vamos a encontrar pantallas fruto de una interacción profunda con la web, como pueden ser pantallas de modificaciones.

Sexto nivel

Ultimo nivel en el únicamente podemos encontrar pantallas de condiciones de uso.



(37) Ejemplo de pantallas interactivas. Segundo nivel.

3.5.4.- Pruebas de usuario (38)

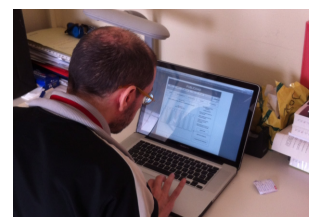
Hemos seleccionado varios perfiles de usuarios, hombres y mujeres de diferentes edades. El fin de estas pruebas de usuario es detectar posibles problemas que pueden surgir durante la interacción usuario-producto y corregirlos.

Conclusiones:

- Dar mas protagonismo y presencia al menú de la zona de usuario, cambiando además la forma y el color.
- Colocar un botón de subscripción premium en todas las pantallas.
- Variación de la tonalidad del servicio premium al servicio básico.

Crear una lista de recomendaciones según las ultimas búsquedas del usuario o relacionadas con ellas.

Hemos añadido los textos "localiza tu parque Bioway más cercano" y "¿como se usa?" para que el usuario entienda que tiene unas instalaciones deportivas públicas a su disposición.



(38) Usuario realizando una prueba.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.5.5.- Diseño visual

Con el diseño visual de la página inicial (39), debemos conseguir que una primera y rápida visualización e interacción con la web, el usuario perciba la esencia de nuestro servicio, nuestra filosofía y una serie de aspectos básicos de nuestro servicio; como son una presentación de nuestras instalaciones y su localización, una explicación básica de los servicios que ofrecemos y unas pequeñas recomendaciones básicas personalizadas.

En cuanto a colores, debemos utilizar colores corporativos, colores que identifiquen la web con nuestro logotipo y por lo tanto con nuestra empresa. En cuanto a las formas deben ser amables, atractivas y dinámicas, formas curvas o redondeadas, botones simulando volumen y/o brillo y partes de la web en movimiento o que simulen movimiento.

A continuación vamos a analizar el diseño visual de la página principal y de alguna página que creemos importante o interesante o atractiva de analizar.



(39) Diseño visual de la página de inicio.

Página inicial:



(40) Barra de menú principal.



(41) Storyboard visual del servicio. Imágenes y texto en movimiento, como un pase de diapositivas que describen el servicio.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY



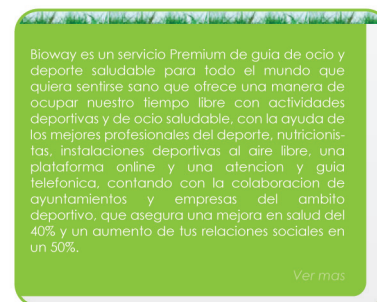
(42) Zona de registro e inicio de sesión.



(43) Zona de enlace con otras redes sociales.



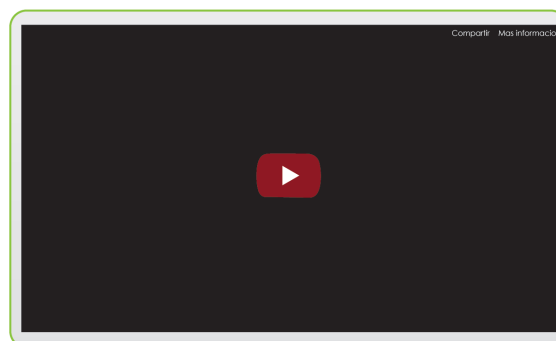
(44) Zona de instalaciones biosaludables Bioway. Donde están y como se usan.



(45) Texto explicativo del servicio Bioway.



(46) Zona de noticias relacionadas.



(47) Video promocional del servicio Bioway.

Otras pantallas principales (48):



(48) Pantalla de usuario básico (izquierda) y de usuario premium (derecha).

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY



(49) Pantalla de entrenamiento premium (izquierda) y actividades (derecha).



(50) Pantalla de guía (izquierda) y servicios (derecha).

3.6.- Zona de estiramiento Bioway:

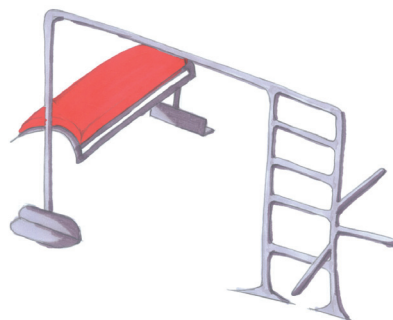
3.6.1.- Introducción

El servicio Bioway, el parque Bioway consta de 4 zonas: fitness, estiramiento, descanso y juego. En la fase de prototipado, además de la web, nos hemos centrado en la zona de estiramiento (51), ya que es la zona más innovadora, algo que no encontramos en los parques biosaludables actuales, y se ajusta a la carga de trabajo del proyecto.

Partimos del concepto creado durante la fase creativa de conceptos y lo desarrollaremos creando una evolución del concepto hasta llegar al producto final.

3.6.2.- Evolución

Nuestra área de estiramiento, nos debe permitir estirar todos los grupos musculares de una manera cómoda y asistida. La solución a estas especificaciones es dividir la zona de estiramiento en módulos, y tener la posibilidad de diseñar tu propia zona de estiramiento.



(51) Concepto inicial de zona de estiramiento.

PERMITE ESTIRAR LOS PRINCIPALES MÚSCULOS DEL CUERPO

RUTINA DE ESTIRAMIENTO

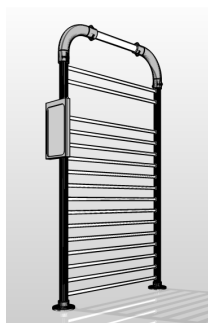
ROTULOS EXPLICATIVOS

CÓDIGOS QR EXPLICATIVOS - WEB

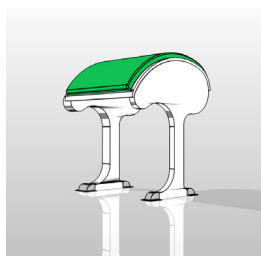
Módulos:

- Módulo 1: Espaldera (52)
- Módulo 2: Lumbar (53)
- Módulo 3: Pectoral y gemelo (54)
- Módulo 4: Pierna (55)
- Módulo 5: Suelo (56)

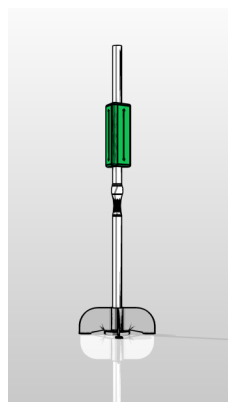
3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY



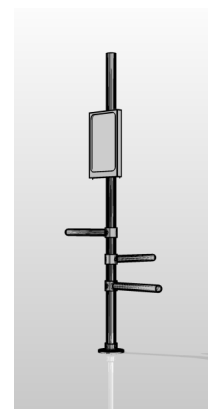
(52) Módulo 1: Espaldera.



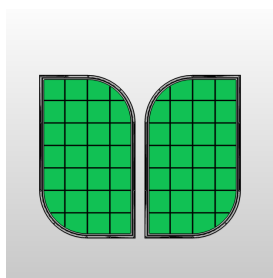
(53) Módulo 2: Lumbar.



(54) Módulo 3: Pectoral y gemelo.



(55) Módulo 4: Pierna



(56) Módulo 5: Suelo.

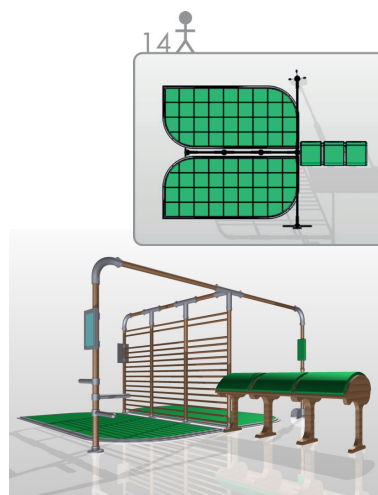
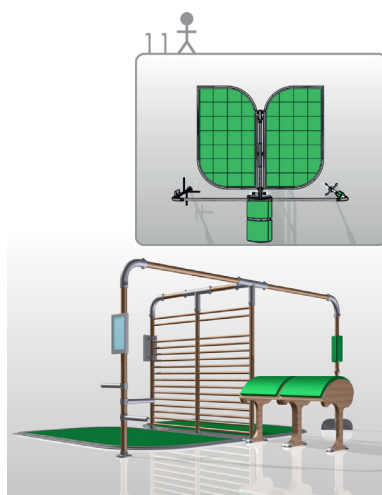
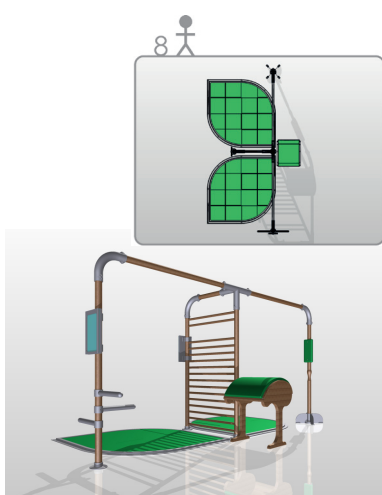
Parques personalizados:

De esta manera, hemos prototipado tres opciones de diseño personalizado:

Zona pequeña (8 usuarios) (57)

Zona mediana (11 usuarios) (58)

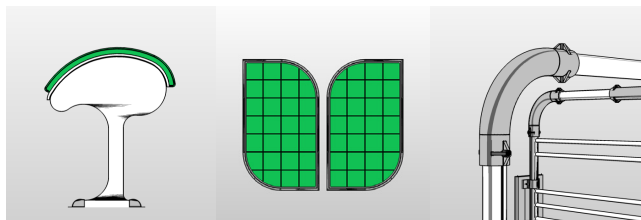
Zona grande (14 usuarios) (59)



Zona de estiramiento pequeña (57), mediana (58) y grande (59).

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

Adaptación al entorno: (60)(61)



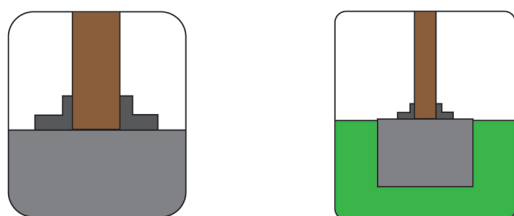
(60) Formas curvas, redondeadas, combinadas con formas naturales (forma de las hojas).



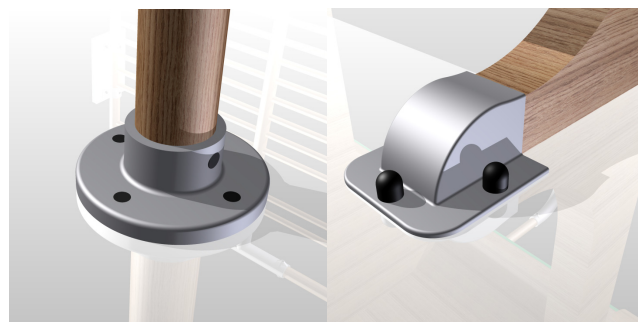
(61)
Textura: Madera y caucho reciclado.

Color: Naturales, marrón y verde.

Fijación antivandática en diferentes terrenos: (62)(63)



(62) Cemento o asfalto y césped o tierra.



(63) Fijación antivandática: Tornaría y tapones antivandáticos.

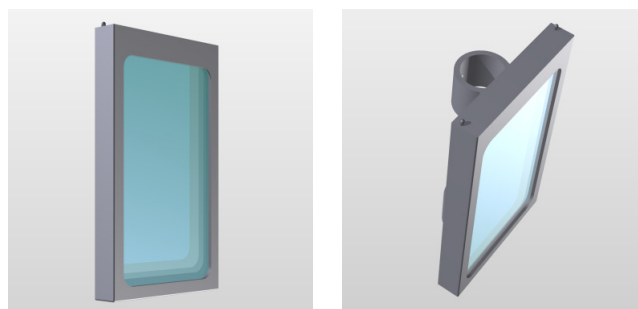
Rótulos informativos: (64)

Objetivos:

Señalizar y advertir de una posible peligrosidad para niños y ancianos.

Guía de uso para los usuarios mediante ilustraciones y texto explicativo y códigos QR (65) y enlaces a videos explicativos.

Para fomentar el uso de estas áreas de estiramiento, Bioway debe crear rutinas de estiramiento antes y después del entrenamiento, estas guías estarán disponibles tanto en la web como en los rótulos físicos.



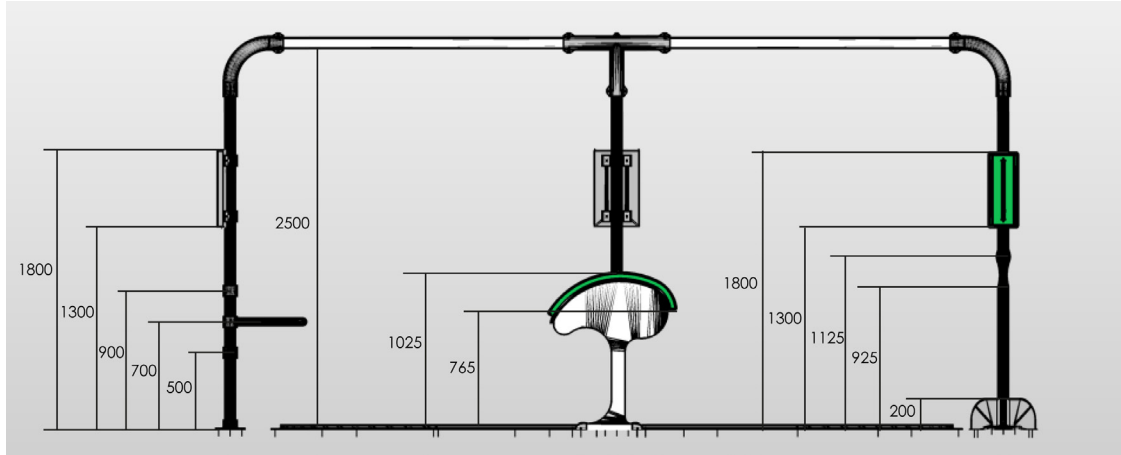
(63) Rótulo informativo.



(65) Códigos QR para smartphones y tables.

3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

Diseño ergonómico para todos los usuarios: (66)



(66) Dimensionamiento ergonómico de las alturas de los elementos de la zona de estiramiento Bioway.

Materiales:

Madera de pino tratada al autoclave para exterior:
Buena relación calidad-precio.
Buena resistencia a la corrosión, efectivo contra hongos de pudrición, termitas e insectos xilófagos.

Acero galvanizado (zinc):
Resistente a la corrosión atmosférica y mas económico que el acero inoxidable.

Caucho reciclado:
Cumple a la perfección con nuestra filosofía medioambiental.

PVC
Pequeñas piezas de plástico resistentes a la corrosión.

Procesos de fabricación:

Doblado de tubos de acero:
Proceso sencillo y económico.

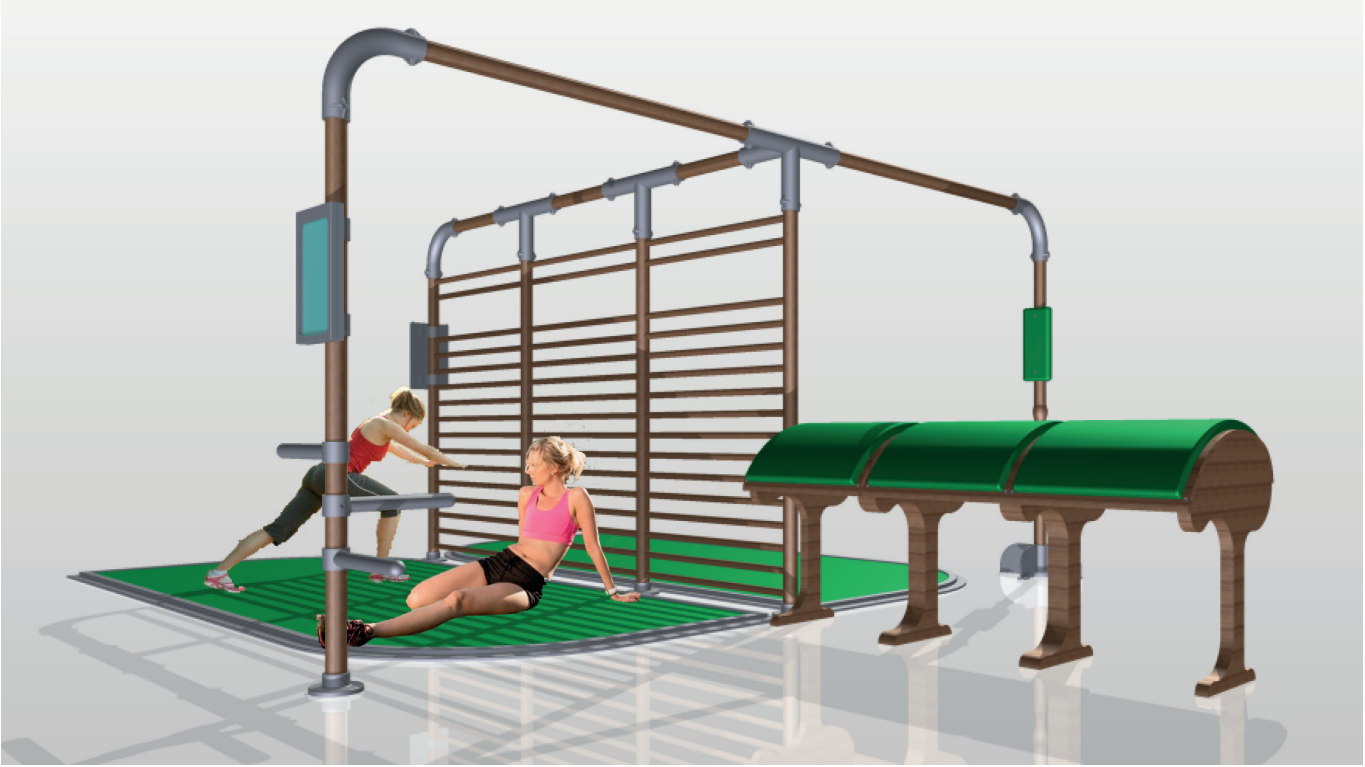
Soldadura con electrodo:
Piezas complejas.

Fresado de madera:
Para los perfiles y piezas no comerciales.

Moldeado de plástico por inyección:
Tapones de PVC.

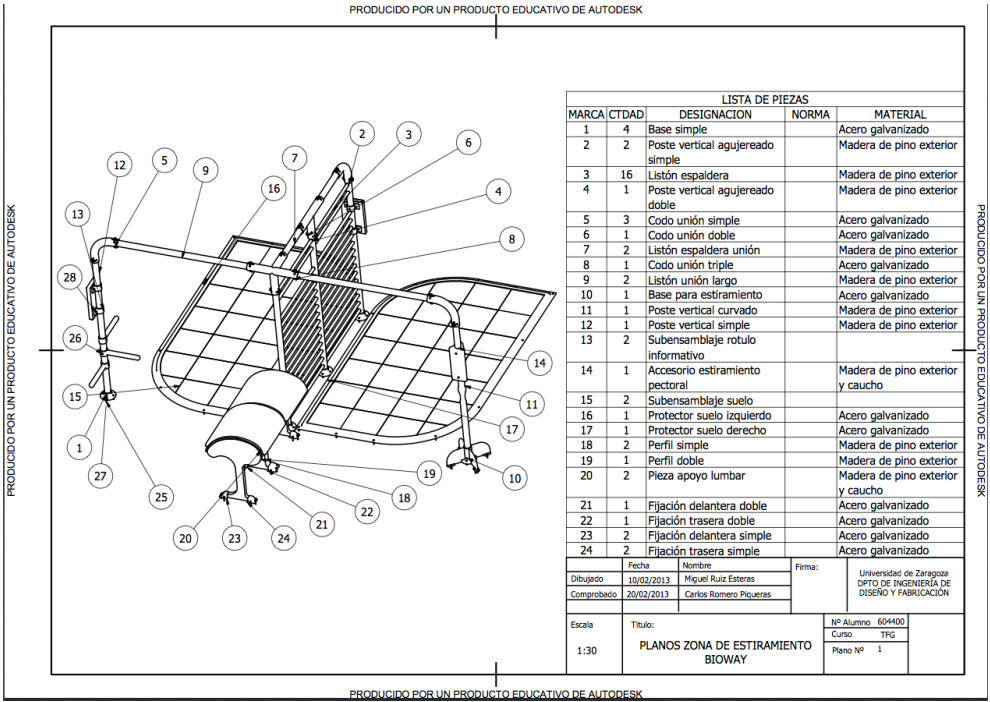
3.- DESARROLLO CONCEPTUAL DEL P-S-S BIOWAY

3.6.3.- Renders finales



(67) Render Zona de estiramiento Bioway con usuarios.

3.6.4.- Plano de conjunto



(68) Plano de conjunto Zona de estiramiento mediana Bioway.

4.- CONCLUSIONES FINALES DEL PROYECTO

En terminos generales, el primer objetivo de este TFG era la definición de una empresa conceptual dentro del mercado del equipamiento deportivo bajo la premisas de innovación y diferenciación, respecto a sus competidores más directos y en el mercado en general. Bioway ha cumplido dicho objetivo, ya que es una empresa con unos valores y un modelo de negocio diferenciados dentro del mercado y que se adecua a las necesidades e intereses de los usuarios siguiendo tendencias actuales como son el respeto medioambiental y el bienestar físico y mental conseguido gracias a la actividad física. Además de dichos valores y modelo de negocio, hemos desarrollado una identidad corporativa con su respectivo manual de aplicación que se ajusta a la perfección.

En segundo lugar, el siguiente objetivo era el de diseñar o rediseñar un producto o servicio para dicha empresa conceptual que se ajustara a los valores y filosofía de la misma. Con el servicio Bioway Sport cumplimos este segundo objetivo, ya que es un servicio global e innovador que une lo físico con lo virtual combinando las instalaciones biosaludables físicas con un entrenador personal virtual online; actuando de guía de ocio saludable y deporte para todo el mundo que quiera sentirse sano en un entorno natural. Tras la definición conceptual y análisis del servicio, las partes que hemos desarrollado; la web Bioway y zona de estiramiento, han sido evolucionadas formal y funcionalmente siguiendo las especificaciones de diseño marcadas por los análisis previos.

A nivel personal, estoy satisfecho con el resultado del proyecto, ya que partíamos de un mercado muy amplio y hemos conseguido encontrar un nicho de mercado y definir una oportunidad de negocio, crear una empresa y modelo de negocio conceptual y desarrollar un servicio a nivel conceptual que se ajusta a los valores y filosofía de la empresa.

Bajo mi punto de vista el resultado es innovador, atractivo y viable en una sociedad como la actual, en recesión económica, y donde tendencias como el bienestar personal tanto físico como mental, el contacto y respeto medioambiental o el deporte al aire libre, tienen un peso importante.